

Személyiség típusok viszonya az egyes életkerék területekhez, valamint a vállalkozói attitűd felmérése

KISS MARIANNA – CSONKA ARNOLD – BERKE SZILÁRD – BAREITH TIBOR

Bevezetés

Mindenkinek van valami véleménye az emberi természetről, a személyiségekről. Amikor emberekkel találkozunk a hétköznapi életben, – akár otthon, munkahelyünkön, egy bevásárlás során, vagy az utcán – gyakran olyan feltételezéssel élünk, hogy egy szituációban úgy viselkednek, mint mi magunk. Pedig mindenki más személyiség, eltérő a múltunk, a szokásaink és a neveltetésünk is. Azonban elmondható, hogy viselkedésünk előre jósolható mintákat követ, amelyeket viselkedési stílusoknak nevezünk.¹ Személyiségünk akár a vállalkozói életpálya választása során is hatalmas szereppel bír, hiszen meghatározza a sikerességre vagy éppen a kudarcra történő beállítottságunkat.²

Szakmai áttekintés

„Mi akarsz lenni, ha nagy leszel?” – a kérdés ismerősen cseng, melyet szüleink szoktak feltenni gyermekkorunkban. Járjunk iskolába, tanuljunk sokat és szorgalmasan, hogy majd megfelelő, jól fizető állást kapjunk a tanulmányaink befejezését követően. Természetesen azzal már mindenki tisztában van, mire felnő, hogy nem lehet mindent elsajátítani az iskolapadban, főleg, hogy eredményesen helytálljunk a mindennapok kihívásaival szemben, mert ehhez személyiségünket, viselkedésünket kell tudatosan formálnunk. Továbbá az életben történő érvényesülésünkhöz elengedhetetlen, hogy hibákat is kövessünk el, csak fontos, hogy tanuljunk belőlük.

A tevékenységünkkel kapcsolatos választás lehetősége ott van a kezünkben, hogy melyik irányt jelöljük ki magunknak, illetve milyen területen akarunk tevékenykedni, elhelyezkedni: úgy mint alkalmazotti, egyéni vállalkozói, cégtulajdonosi vagy akár befektetői pozícióban. Az itt megemlített négy fajta csoportosítást Robert T. Kiyosaki, a *Gazdag papa* sorozat második könyvében lévő *Cashflow-négyszög* szerint értelmeztük. A lényege az, hogy az üzleti világban négyféle embertípust különböztet meg Kiyosaki, amelyeket ezáltal a fenti négy negyedbe sorol.³

¹ NAGYBÁNYAI – PONGOR – HADARICS 2014, 3.

² KRISTÁLY M. 1997, 86.

³ KIYOSAKI 2006, 31–33.

Kiragadva ezek közül a vállalkozói személyiséget, a továbbiakban leginkább erre helyeztük a hangsúlyt. Ebből kifolyólag szeretnénk volna egy olyan személy véleményét feltüntetni, aki szerintünk igazán hiteles lehet ebben a témakörben és sok vezető beosztásban lévő személyt ismert meg élete során, valamint tartott számukra a témában előadást legfőképpen külföldön, ugyanakkor hazánkban is. Legyen szó akármilyen vállalkozási formában érdekelt és tevékenykedő vezetőről. John C. Maxwell, az egyik interjújában így fogalmazott:

„A sikeres vezető nagyon jó kapcsolatteremtő, szereti az embereket és őt is szeretik. Értéket ad az embereknek. A sikeres vezető nagyon jó kérdéseket tud feltenni másoknak, és ez az egyik valódi kulcsa a sikerének, meg tudja nyitni az embereket. Jól képi és szervezi az embereit például egy vállalatnál, megvan benne a csoportba szervezés képessége. Megérti, hogy a kudarc a siker része, kiváló az attitűdje a kudarchoz is, hiszen választás kérdése, hogyan reagálunk a velünk történt eseményekre. Minden ember csecsemőként érkezik a Földre, és mindenki magában hordozza a nagyságra való képesség lehetőségét. A sikeres vezető ezt képes nemcsak magából, hanem környezetéből is kihozni, különbséget tud tenni ezzel mások életében. Ez mindannyiunk feladata.”⁴

Ehhez kapcsolódóan részletesebben kitérünk arra, hogy milyen tulajdonságokat, attitűdöket fogalmaz meg a szakirodalom arra vonatkozóan, hogy mivel kell rendelkezni, illetve mit érdemes elsajátítani ahhoz, hogy bármilyen vállalkozást (akár Rt., Kft., Bt. stb.) eredményesen vezessünk. Köztudott, hogy bármilyen vállalkozási formát választunk, bizonyos készségeket fejlesztenünk kell ahhoz, hogy talpon maradjunk és nem utolsó sorban még nyereségesen is működtessük a vállalatot. Először megfogalmaztuk mit is jelent maga az attitűd, majd pedig ezen belül a vállalkozói attitűd.

Az **attitűd** az egyénnek a hozzáállása, viszonyulása, magatartása valakihez, vagy valamihez. Ebből kifolyólag mindenkinek van attitűdje, csak az a lényeges kérdés, hogy ez pozitív vagy negatív irányultságú-e? Manapság számos lehetőség létezik arra vonatkozóan, hogy feltérképezhessük a hozzáállásunkat az életünkhöz, akár csak azzal az egyszerű kérdéssel, hogy a felmerülő probléma esetén, hogyan reagálunk egy adott pillanatban (pl. „Jaj, egy újabb probléma, most mit csináljak? Elegem van ebből, hagyjanak ilyesmivel!...”, vagy pedig ellenkezőleg, „Értem, itt van ez a probléma, hogyan is tudom megoldani?”, vagy „Milyen lehetőségeim vannak, hogy ezt kiküszöböljem és megoldást találjak a helyzetre?...”). Akár egy ilyen könnyű

⁴ MAXWELL 2014, 48.

kérdés feltevésével is mindjárt el tudjuk helyezni magunkat, hogy mi milyen beállítottságúak vagyunk.

Továbbhaladva ezen a témakörön az is megvizsgálható, hogy milyen a hozzáállásunk az elvégzett munkánkhoz, vagy akár egy vállalkozási tevékenységhez. Ehhez a következő fogalommal érdemes tisztában lennünk. „A **vállalkozói attitűd** (...) az egyén azon beállítódása, mely a vállalkozás indítására, működtetésére és fejlesztésére sarkalja. Vállalkozói léthez való pozitív viszonyulásként is megragadható, mely előfeltétele a vállalkozói kedvnek és hajlandóságnak. A vállalkozások fejlesztésének egyik kulcsa lehet a vállalkozói attitűd fejlesztése.”⁵

Ezen kívül kicsit bővebben, Timmons a kutatásai során 6 jellemzőjét emeli ki a vállalkozói attitűdnek,⁶ melyeket a következőkben felsoroltunk:

1. Az első az elkötelezettség szintű hozzáállás a vállalkozó szempontjából, hiszen fontos, hogy a felmerült problémákon minél előbb túl tudjon jutni és meg tudja őket oldani. Viszont ez rengeteg áldozattal is jár, mert kimondottan sok energiát és időt kell befektetniük a vállalkozásba, hogy az „akadálymentesen” működjön. Aki ennek az attitűdnek a birtokában van, az bármilyen bukás és kudarccal is képes felállni, hogy sikerre vigye a vállalkozását.

2. Ezt követi a ragaszkodás a sikerhez és a felmerülő lehetőségekhez képesség. Itt jelenik meg az a tény, hogy a vállalkozó mennyire érzi magáénak a saját üzletét és egyáltalán hajlandó-e az életének jelentős részét ennek a tevékenységi formának szentelni. Az ilyen hozzáállású emberek, folyamatosan törekednek arra, hogy figyelemmel kísérjék, felkutassák az ügyfeleik és a fogyasztók igényeit, szem előtt tartva az esetleges versenytársakat, akiktől akár tanulhatnak is.

3. A harmadik vállalkozói attitűd, arra irányul, hogy miként kezeli és tolerálja a bizonytalan helyzeteket és a felmerülő kockázatokat. Akiben ez az attitűd jelen van, az a személy biztosan jól tűri az ellentmondásos helyzeteket, a bizonytalan szituációkat és rögtön azon gondolkodik, hogy kezelje ezt a helyzetet.

4. A következő a kreativitás képessége, hogy mennyire ötletgazdag a vállalkozó. Természetesen ehhez az is hozzájárul, hogy megfelelő önbizalma legyen, higgyen magában és a képességeiben, továbbá tartsa szem előtt az innovációs lehetőségeket. Az új ötletek, váratlan lehetőségek megragadása jelentős szerepet játszik a vállalkozó életének előrejutásában.

⁵ BOGÁTH 2012, 1–3.

⁶ TIMMONS 2003.

5. Az ötödik az attitűdök között a kiválóságra törekvés tulajdonsága. Hiszen szükség van arra, hogy „magas” elvárásokat állítson fel magának a vezető és kiemelkedő figyelmet szenteljen a minőség fenntartására. Folyamatosan tűzzön ki célokat maga elé, amelyek előre viszik. Közben pedig vizsgálatot végez önmagán és a vállalkozásán, hogy mindig tisztában legyen az erősségeivel és a gyengeségeivel.

6. Végül, de nem utolsó sorban a megfelelő vezetés képessége. Talán ez a legnehezebb vállalkozói attitűd. Mindig hajlandóságot kell mutatni a vállalkozónak a csapatépítésre, a csapatösszefogásra. Bizalommal kell lennie a munkatársai iránt és mellette kihozni belőlük a maximumot. Úgy kell irányítania őket, hogy felnézzenek rá, úgymond „falkavezérnek” tartsák.

A következőekben a **személyiségtípusokat** helyeztük előtérbe, mivel a személyiség típusa úgy érezzük, lényeges kapcsolatban áll azzal a ténnyel, hogy milyen az attitűdünk és hogyan éljük az életünket.

Erős – Jobbágy véleménye szerint a személyiségtípus kifejezést egyre gyakrabban használják a hétköznapi életben.⁷ Széles körben elterjedt személyiségtípus rendszerek vannak, de nemzetközi szinten leggyakoribb a Carl Gustav Jung elméletére alapozott, Isabel Briggs Myers által kifejlesztett rendszer. Ezt az emberek többsége MBTI (Myers-Briggs Type Indicator) néven ismeri és használja. Elmondható, hogy mindenki egyedi személyiség. Vannak, akikkel pillanatok alatt egy hullámhosszon vagyunk és kellemesen elbeszélgetünk, míg másokkal tovább tart egymásra hangolódunk. Ez abból is adódik, hogy bizonyos kérdésekhez másképp viszonyulunk, és másképp közelítjük meg az adott helyzetet. Továbbá teljesen más véleményen vagyunk, mert ami minket lázba hoz, az lehet, hogy a másik számára teljesen értéktelen, lényegtelen. Igaz, az e féle különbségek és azonosságok hátterében más-más folyamat áll, de lényegesek a velünk született tulajdonságok és preferenciák. Az alábbi személyiségtípusokat különböztethetjük meg:

Introvertál/extrovertál: „Introvertál: Személy számára a fő működési terület belső világának fogalmai és gondolatai között van. A tartós, maradandó fogalmak, ezek kimunkáltsága fontosabbak, mint a külső, múlandó események, szívesen szemlélődik, elmélkedik egyedül, visszavonultan. Extrovertál: Személy figyelmét elsősorban a környezetében lévő tárgyak, személyek, események kötik le. Az fokozza, növeli lendületét, amikor hat a

⁷ ERŐS – JOBBÁGY 2001, 1–4.

környezetére, megerősíti súlyát, elismertségét. Kezdeményezi és fenntartja a környezettel való sokféle kapcsolatot, az aktivitást.”⁸

Érzékelő/intuitív: Érzékelő: Az érzékelő személy számára fontos az észlelés, figyel a kézzelfogható tapasztalatok megszerzésére. Inkább realista és gyakorlatias, a számára valóságos helyzetekhez ragaszkodik. A múltból szerzett tapasztalatokat nem felejt el, de leginkább a jelen történéseire koncentrál. Részletes megfigyelő a feladatai során. Ezzel szemben az intuitív személyiség az összefüggések megragadását helyezi előtérbe. Beszédje közben szívesen használ hasonlatokat, metaforákat, néha bonyolult összefüggésekben adja át, amit szeretne. Ő az, akinek hirtelen valami ötlete támad, és aszerint cselekszik. Jobban figyel a lehetőségekre.

Logikaközpontú/értékközpontú (érző): A logika központú személyiség ok-okozati összefüggések alapján gondolkodik, amiből a végén logikai összefüggést alakít ki. Az ő döntése mindig logikus gondolkodáson alapszik, ha szükséges, akkor kiáll a saját véleménye mellett. Sokszor kritikusan, tárgyilagosan kezel bizonyos helyzeteket, éppen ezért nehezen hangolódnak rá az emberi érzelmekre. Az érző típusú személyiség ellentétben a logikai központúval, inkább az érzelmeire hagyatkozik és befolyásolja a döntéseit mások véleménye, mert fontos számára, hogy kiben milyen hatást váltott ki. Jobban érdeklik az emberi kapcsolatok, mint egy „száraz” feladat megoldása. A harmonikus élet jelentős részét képezi életének.

Tervező/spontán: A tervező személyiség mielőtt cselekszik vagy akár döntést hoz, azelőtt mindent eltervez lépésről-lépésre. Koncentrál az elvégzendő feladataira és addig nem nyugszik meg, amíg be nem fejezi őket, a határidőkhöz tartja magát. Ő az, aki megszervezi és előre eltervezi a napjait, néha merev viselkedést sugallva a külvilág felé. A spontán személyiség szeret széles körben informálódni, egyszerre sok mindenre figyel, szinte megosztja a figyelmét. Sajnos előfordul, hogy a munkát összekeveri a szórakozással. Nyitott az új lehetőségekre, eseményekre. Nem kedveli a szigorú szabályokat és kötelezettségeket, amelyek a szabadságát korlátozhatják. Tendenciájában nyitott, érdeklődő és kíváncsi. Viselkedését a spontaneitás, alkalmazkodás, az új események, befogadható információk iránti nyitottság jellemzi. Másokkal könnyen felveszi a kapcsolatot, könnyen alkalmazkodik bármiféle helyzethez. A különböző

⁸ ERŐS – JOBBÁGY 2001, 1–4.

személyiség típusok jellemzőinek értelmezésében Koronváry írásos véleményét használtuk fel.⁹

Ezen kívül alkalmaztuk az úgynevezett életkerék modellt és az azt alkotó elemeket. Amely egyszerűen, átfogó képet mutatva rávilágít az életünk főbb területeire abból az aspektusból, hogy jelenleg hol vagyunk és merre tartunk.¹⁰

Anyag és módszertan

Ahhoz, hogy a témával kapcsolatos véleményekről bővebb információt szerezhessünk, összeállítottunk egy online, anonim kérdőívet, amelyet összesen 267 fő töltött ki. Megemlítendő, hogy az adatbázis nem tekinthető reprezentatívnak. A kérdőív több részből tevődött össze, az egyik rész az egyéni világgéppel kapcsolatos kérdéseket foglalta magába, majd az életcél preferenciák felmérését, illetve a vállalkozói attitűddel kapcsolatos kérdéseket láthatták a válaszadók. A megfogalmazott kérdéseink ezzel kapcsolatban a következők voltak: Van-e összefüggés a személyiség típusok és az egyes életkerék területek között? Az egyes életkerék területek fontossági sorrendje egybe esik-e az elégedettségi sorrenddel? Mennyire vállalkozás-centrikusak a kitöltő személyek? A feltett kérdések megválaszolására, valamint az eredmények megállapítására különböző statisztikai módszereket használtunk fel, hogy minél pontosabb végeredményekhez juthassunk. Az általunk alkalmazott módszertan alapján a kérdőívből összegeztük a válaszokat, majd az adatokat importáltuk egy számítógépes programba, hogy ezekkel dolgozhassunk tovább. A felhasznált statisztikai módszerek: a leíró statisztika, a nem parametrikus tesztek (azon belül a Mann-Whitney teszt és a Wilcoxon teszt a mediánok egyezőségét vizsgáltuk a rangsorok alapján), továbbá faktoranalízist és nem parametrikus próbákat is alkalmaztunk. Utóbbi vitathatatlan előnye, hogy nem szükséges az, hogy az adataink normális eloszlásból származzanak.¹¹

Eredmények és értékelésük

A kérdőívben arra kerestük leginkább a választ, hogy hogyan viszonyulnak a szakirodalomban feltüntetett személyiség típusok az egyes életkerék területekhez, továbbá kiegészítésképpen hozzákapcsoltuk a vállalkozói attitűd felmérését. Mielőtt rátérnénk a főbb eredmények bemutatására, előtte a kérdőívet kitöltők

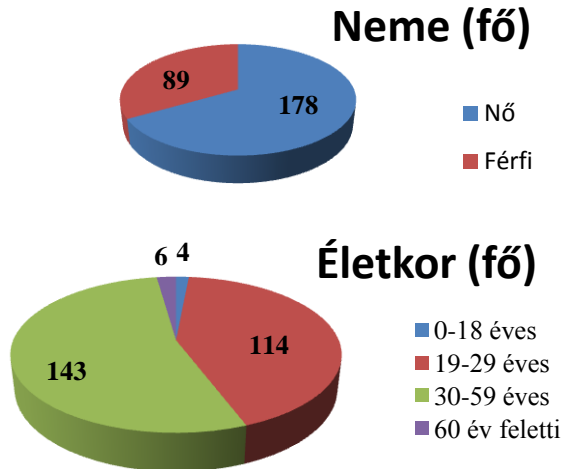
⁹ KORONVÁRY 2005.

¹⁰ MAGYAR 2013.

¹¹ SAJTOS – MITEV 2007, 245–282.

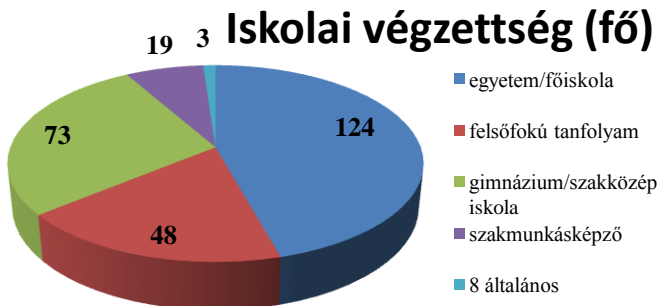
demográfiai változóival kapcsolatosan szerzett információkról pár szóban: a kutatásban az összes 267 kitöltő személy közül 178 nő és 89 férfi vett részt, életkorukat tekintve pedig többségük 30–59 év közötti személy (143 fő), amelyet szorosan követ 114 fővel a 19–29 év közötti korosztály.

Az átláthatóság érdekében bemutatjuk a nemek és az életkorok szerinti megoszlásokat (1. ábra).



1. ábra: A kitöltők neme és életkora szerinti megoszlás létszám szerint (N=267)

Ezen kívül az iskolai végzettség szerinti eloszlást is egy kördiagram segítségével ábrázoltuk (2. ábra). A válaszadók közül többségben voltak az egyetemet/ főiskolát végzettek.



2. ábra: Az iskolai végzettség szerinti megoszlás létszám szerint (N=267)

A demográfiai változók bemutatását követően a kérdőív első részében „az egyéni világgépet”, tehát tulajdonképpen az egyénnek az élethez való hozzáállását, a személyiségtípusát próbáltuk feltárni a válaszolók között, az anyag és módszertan fejezetben említett statisztikai modellek segítségével. Ezen belül a kérdések négy féle személyiségtípus megkülönböztetésére szolgáltak, amelyet a szakirodalmak kapcsán is megemlítettünk.

E szerint lehet valaki introvertált/extrovertált személyiség, ezt követően az információ gyűjtés szempontjából érzékelő, vagy intuitív típus, majd a döntéshozatal szempontjából inkább logikai érvek alapján döntő, vagy inkább érzelmek/értékek alapján döntő, és végezetül az utolsó típus pedig az életstílus alapján különíthető-e el, hogy inkább előre tervező, vagy pedig spontán személyiségről beszélhetünk. A megoszlásukat tekintve a következő eredmények születtek (1. táblázat):

Típus	Introvertált/ extrovertált		Információ gyűjtés		Döntés típus		Életstílus	
	Introvertált	Extrovertált	Érzékelő	Intuitív	Logikai	Érték- központú	Tervező	Spontán
fő	121	146	180	87	89	178	180	87
meg- oszlás %	45,32	54,68	67,42	32,58	33,33	66,66	67,42	32,58

1. táblázat: Személyiségtípusok megoszlása.

A válaszolók közül, ha a megoszlásokat nézzük, akkor többségben vannak azok, akik extrovertált személyiségek. Az információ gyűjtés szempontjából inkább az érzékelő személyiségtípusok vannak túlsúlyban 67,42%-al. Ők azok, akik a kézzel fogható tapasztalatok megszerzésére törekednek. A döntés típus szerint többségben vannak 66,66%-al azok, akik inkább érték-központúak, tehát ösztönösen, emberi érzések alapján döntenek egy adott helyzetben, mint sem logikai központúak, akik a tények és logika után kutatnak. Valamint megfigyelhető a táblázatból, hogy az életstílus alapján ugyanolyan a megoszlás értéke, mint az információgyűjtés esetében. Akik előre megtervezik a cselekedeteiket az életben, a kérdőívben részt vevők között 67,42% többséggel vannak jelen, szemben a spontán személyiségekkel.

A következőkben a leíró statisztika segítségével megvizsgáltuk, hogy a 2. táblázatban látható életkerék-területek mennyire játszanak fontos szerepet az

emberek életében, illetve mi ezeknek az átlagok szerinti fontossági sorrendje. A kérdőívben 1-től 5-ig terjedő skálát alkalmaztunk ennél a kérdésnél. Az 1-es, az „egyáltalán nem fontos”, az 5-s pedig a „rendkívül fontos”-at jelentette. Az eredmények bemutatását kiegészítettük a hozzájuk tartozó szórás értékekkel is.

<i>Fontossági szempontok</i>	<i>Átlag</i>	<i>Szórás</i>
Egészség	4,7116	0,60323
Családi harmónia	4,7079	0,68610
Személyes fejlődés	4,5468	0,70488
Anyagi függetlenség/pénz	4,4082	0,65609
Baráti kapcsolatok	4,1985	0,80990
Munka/karrier	4,1536	0,76262
Természeti környezet épsége	4,0037	0,84737
Szabadidő/hobbi	3,9476	0,89120
Spiritualitás/vallás/belső harmónia	3,4382	1,24715
Település/lakóhely közügyei	2,6076	1,09632
Politikai nézetek	1,8315	1,00266

2. táblázat: Fontosság szerinti átlagok sorrendje és a szórások.

A táblázatból jól látszik, hogy a válaszadók számára az életükben a legfontosabb az egészség és a családi harmónia, amely természetesnek mondható és a hozzájuk tartozó legkisebb szórásértékek pedig azt mutatják, hogy e két tényező tekintetében a vélemények nem különböznek egymástól. Ami viszont szembetűnő – és a táblázatban ki is emeltük –, hogy ezt követi a személyes fejlődés (átlag = 4,5468), amely igaz, kis eltéréssel, de megelőzi az anyagi függetlenség/pénz fontosságát (átlag = 4,4082) a kutatásban résztvevőknél. Ennek az eredménynek az ellenőrzésére és alátámasztására elvégeztünk egy nem parametrikus tesztet, azon belül is a Wilcoxon-féle előjeles rangpróbát. A tesztnek a lefuttatása is megerősített minket abban, hogy a személyes fejlődés fontosabb az anyagi függetlenség/pénz fontosságánál, mert a szignifikancia szint 0,2% lett. A továbbiakban négy feletti átlag értéket láthatunk a baráti kapcsolatok, a munka/karrier és a természeti környezet épségének fontosságát vizsgálva. A kitöltők a közügyeket és a politikai

nézeteket tartották a legkevésbé fontosnak, utóbbinak az átlaga, az 1-től 5-ig terjedő skálán 1,8315 volt. (A nemparaméteres tesztek értelmezéséhez többek között Király Z.: Statisztika II. jegyzetét használtuk fel¹²).

Ezt követően kombináltuk az előzőekben vizsgált két szempontot, tehát összehasonlítást végeztünk a személyiségtípusok és a között, hogy kinek mi a fontos az életében.

Legelőször az introvertált és extrovertált személyiségtípusokat figyeltük meg. Ami nagyon szépen kivehető volt, hogy a baráti kapcsolatok fontosabbak az extrovertált személyiség típusoknak (átlag = 4,3356), mint az introvertáltaknak (átlag = 4,0331), ami nem is véletlen, hiszen az extrovertált típusú személyiséggel rendelkezők nyitottabbak a külvilágot jelentő emberekre, dolgokra, kedvelik a társasági életet, szívesen beszélgetnek. Ezzel szemben az introvertált személyiség típusú emberek zárkózottabbak, szívesen töltik egyedül az idejüket és akkor érzik magukat szabadnak, ha kizárhatják a külvilágot. Ezt statisztikailag a mi esetünkben a nem parametrikus Mann-Whitney teszt 0,1%-os szignifikancia szintje bizonyítja.

A következőkben kiderült, hogy a spiritualitás, vallás, belső harmónia fontosabb az értékközpontú válaszadóknak (átlag = 3,5843), mint a logikaközpontúaknak (átlag = 3,1461) és ezt a Mann-Whitney, nem parametrikus teszt 0,7%-os szignifikancia szintje igazolja. Viszont az anyagi függetlenség, pénz fontosabb a logikaközpontú személyeknek (átlag = 4,5281), mint az értékközpontúaknak (átlag = 4,3483). Majd elvégezve rajtuk a nem paraméteres Mann-Whitney tesztet, a spritualitás, vallás esetében a szignifikancia szint 0,7% lett, az anyagi függetlenségé pedig kerekén 5%. Tehát elmondható, hogy lényegesen különböznek egymástól a logika szerint és az érzelmek szerint döntő válaszadó személyek, attól függően, hogy milyen területet tartanak fontosnak az életben. Mivel túl sok változó állt rendelkezésre az életkerék területeket tekintve, ezért, hogy ezt csökkentsük, faktor analízist végeztünk el, amelyben kértünk KMO tesztet is. Ennek a tesztnek az értéke 0,69 lett, amiből azt a következtetést lehet levonni, hogy a változóink alkalmasak a faktorelemzésre. A faktorok számát a Kaiser-kritérium alapján négyben határoztuk meg. A variancia-hányad módszere pedig azt igazolta számunkra, hogy az információ jelentős része megtartható az elemzés során, hiszen 60% feletti érték jött ki (61,631%). Itt látható, hogy csökkentve a korábbi 11 db fontossági szempontot 4 db lett a faktorok száma (3. ábra).

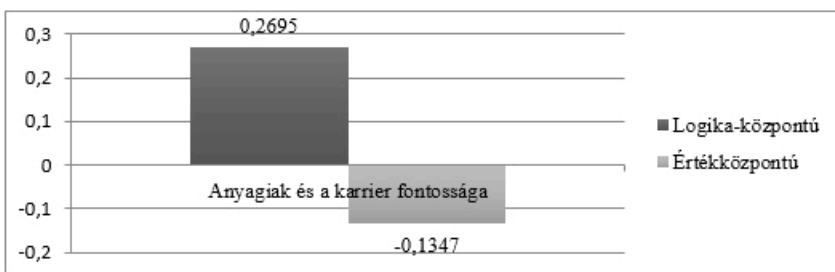
¹² KIRÁLY (É.N.).



3. ábra: Az egyes életkerék-területek fontosság szerint kialakított faktorai (N=267)

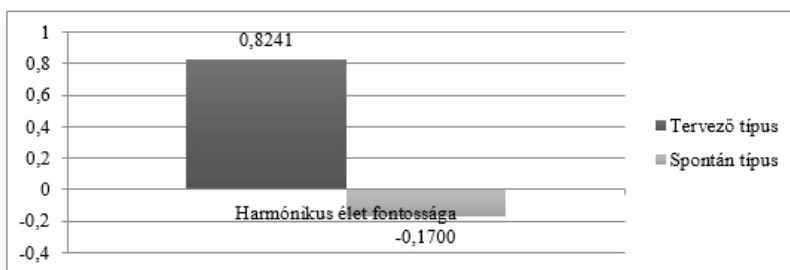
Az első faktorba három, a másodikba négy, a harmadikba kettő és az utolsóba is két változó tartozik. Ezután megnéztük, hogy a négy darab faktor szerinti csoportosítás és a személyiségtípusok között milyen kapcsolatot lehet felfedezni. Ezt, ahogy a korábbiakban is, átlagelemzéssel végeztük el.

A leginkább kiemelkedő eredmények a következők voltak: a személyiségtípusoknál a döntés szempontjából, a logikai-központú személyeknél az anyagiak és a karrier fontosabbnak bizonyult ismét, mint az értékközpontú személyeknél. Ezt a hozzá kapcsolódó nem paraméteres teszten belül a Wilcoxon-féle előjeles rangpróba 0,1%-os szignifikancia szintje támasztotta alá. A különbségek szemléltetése a 4. ábrán látható.



4. ábra: A logikai-központú és az értékközpontú személyek faktorcsoportok szerinti átlaga az anyagiak és a karrier függvényében.

Valamint igazán kiemelkedő eredményt mutatott még, hogy ki milyen életstílus szerint él, hogy tervező vagy inkább spontán típus. A kutatásból kiderült, hogy a tervező típusú személyiségeknek fontosabbak a harmonikus életet alkotó elemek (a családi harmónia, az egészség és a személyes fejlődés), mint a spontán, alkalmazkodó embereknek. A nem paraméteres teszt szignifikancia szintje ebben az esetben 0,8%. Ezen eredményeket az 5. ábra mutatja. Tehát kimutatható, hogy azoknak a személyeknek, akik nap mint nap megtervezik a teendőiket és az idejüket, fontos a harmonikus élet biztosítása. A későbbiekben az is kiderül, hogy mennyire elégedettek jelenleg ezzel a tényezővel az éltekben.



5. ábra: A tervező és spontán típus faktorcsoportok átlaga, a harmonikus életelemelek függvényében.

A következőkben hasonló vizsgálatot végeztünk az SPSS program segítségével, csak most azzal a különbséggel, hogy a „fontosság” helyett, az „elégedettséget” mértük fel a különböző területeken. A kérdőívben ennél a kérdésnél is egy 1-től 5-ig terjedő skálát alkalmaztunk, amelyben az 1-es jelölte azt, amivel egyáltalán nem elégedettek az életükben az emberek, és az 5-s pedig azt, amivel teljes mértékben elégedettek a kutatásban résztvevők. Ismét kezdtük a leíró statisztikával, ahol az elemek átlagainak nagyság szerinti sorba tételével megvizsgáltuk, hogy melyik tényező a leglényegesebb a kérdőívet kitöltő személyek számára és ezt kiegészítettük ismét a szórás értékekkel. E szerint az alábbi eredmények születtek, amelyeket a 3. táblázat segítségével személtettünk.

<i>Korábbi sorrend fontosság esetén</i>	<i>Elégedettségi szempontok sorrendje</i>	<i>Átlag</i>	<i>Szórás</i>
2.	1. Családi harmónia	3,7903	1,11762
1.	2. Egészség	3,7491	0,94230
5.	3.Baráti kapcsolatok	3,7191	0,99987
3.	4. Személyes fejlődés	3,5805	0,93996
6.	5 Munka/karrier	3,2809	1,02218
8.	6. Szabadidő/hobbi	3,2697	1,05236
9.	7. Spiritualitás/vallás/belső harmónia	3,2434	1,04625
7.	8. Természeti környezet	3,0787	0,99877
4.	9. Anyagi függetlenség/pénz	2,9513	1,14111
10.	10. Település/lakóhely közügyei	2,8464	1,00507
11.	11. Politikai nézetek	2,7079	1,20963

3. táblázat: Elégedettség szerinti átlagok sorrendje és a szórások.

Összehasonlításképpen feltüntettük az előbbi fontosság szerinti sorrendet és megfigyelhető, hogy kicsikét megváltozott a sorrend ahhoz képest. A kutatásból kiderült, hogy a megkérdezettek leginkább a családi harmóniájukkal és ezt követően pedig az egészségükkel a legelégedettebbek. De fontos megemlíteni, hogy egyik átlaga sem haladja meg az 1-től 5-ig terjedő skálán a 4-et, mint korábban a „fontosság” tekintetében. A leginkább észrevehető az az, hogy az „anyagi függetlenség/pénz”-el kapcsolatos elégedettség igencsak visszaesett a rangsorban a 4. (átlag = 4,4082) helyről a 9. helyre (átlag = 2,9513). Ami azt mutatja, hogy igazán kevés ember az, aki elégedett lenne a jelenlegi anyagi helyzetével. Viszont a munka/karrier tekintetében pedig előrelépés történt 6. helyről az 5. helyre. Ebből levonható az következtetés, hogy a többség viszonylag elégedett a jelenlegi munkájával, csak az anyagi vonzatát / a jövedelmét keveselli. Egyedül a település/lakóhely közügyeivel és a politikai nézetekkel kapcsolatos sorrend maradt változatlan. Ha a szórás oszlopát nézzük, akkor szembetűnő számunkra, hogy a személyes fejlődés tekintetében a legkisebb a szórás (0,93996), ami azt jelenti, hogy ennél a

tényezőnél a legnagyobb az egyetértés a válaszadók tekintetében, tehát úgy is fogalmazhatnánk, hogy itt jelöltek a leginkább hasonlót a kérdőívet kitöltők.

Végezetül pedig a vállalkozói attitűd feltérképezésére vonatkozó kérdések esetében szintén 1–5-ig terjedő skálán értékelhettek a kérdőívben résztvevők, attól függően, hogy mennyire értenek egyet a felsorolt állításokkal. A válaszok alapján 114 fő számára a vállalkozói lét vonzónak bizonyult, ami a kutatásban részt vevő személyek közel 43%-át adja. Érdekességként, a Közvetlen Értékesítők Szövetségének honlapján talált, 2014. május 29-ei cikkben írtak szerint, elvégeztek egy 24 országra kiterjedő reprezentatív felmérést, amelyben annak jártak utána, hogy milyen akadályokat látnak az emberek a saját vállalkozásuk beindítása előtt és milyen ösztönzők kellenének ahhoz, hogy egyre többen próbálják ki magukat önoglalkoztatottként. Ebben a felmérésben hazánk is részt vett, és meglepő adatként szolgált, hogy a magyarok „kimondottan vállalkozás ellenesek”, ellentétben az USA és Ausztrália lakosságával. A megkérdezettek többsége a csődtől és a gazdasági válság hatásaitól tart leginkább.¹³ Ezen kívül a megkérdezettek véleménye alapján manapság csak több lábon lehet talpon maradni, tehát ki kell használni minden adódó lehetőséget az előrejutásunk és fejlődésünk érdekében.

Következtetések és összegzés

Az eredményeink között elsőként szerepelt, hogy az összes kérdőívet kitöltő személyt milyen személyiségtípus jellemezi leginkább. Nagyobb arányban voltak az extrovertált, érzékelő, értékközpontú és tervező személyiségek. Ebből arra következtettünk, hogy a 267 fő jellemző személyiségjegyei a következők: aktív, nyitott személyiség, aki szívesen barátkozik vagy épít ki kapcsolatot másokkal és inkább gyakorlatias, hogy a kézzel fogható tapasztalatokból szerezhesen információt. Ezen kívül a jelenre koncentrálna a cselekvéseit szívesen megtervezi előre, ugyanakkor inkább az érzéseire hagyatkozik, hiszen fontosak számára az emberi kapcsolatok.

Azt láthattuk, hogy az egészség megőrzését és a családi harmóniát tartják a legfontosabbnak az életükben, és ezekkel a tényezőkkel a legelégedettebbek azok, akik részt vettek a kutatásunkban. Ami érdekesebbnek mondható, hogy előtérbe helyezik a személyiség fejlődést az anyagi függetlenség/pénzzel szemben a „fontosság” tekintetében. Ezen kívül egy tervező személyiségtípusú személyiségnek fontosabb a harmonikus élet biztosítása, mint egy spontán típusnak, valamint a logikai-központú emberek fontosabbnak tartják az anyagi

¹³ DSA 2014.

helyzetüket és karrierjük alakulását. Tehát elmondható, hogy az MBTI személyiségtípusok jelentősen befolyásolják azt, hogy a különböző életkerék területek mennyire fontosak a kitöltő személyeknek.

Az egyes életkerék területek fontosságát és elégedettségét tekintve pedig valamelyest eltérés tapasztalható a kettő között.

A vállalkozói attitűd felmérését tekintve a válaszadók 43%-a vonzónak tartja a vállalkozói létet, illetve az abban folytatott tevékenységet, hiszen elmondásuk szerint ahhoz, hogy az életben az elvárásainknak megfelelően boldogulhassunk, több lábon kell állnunk.

Végezetül elmondható, hogy mindenki egy önálló személyiség, egyedi tulajdonságjegyekkel rendelkezik, de minden (MBTI) típus egyenrangú, hiszen nincsenek jó, vagy rossz típusok. Más értékeket tartanak fontosnak az életünkben, amikkel nem feltétlenül elégedettek, viszont a változtatás lehetősége mindenkiben ott van, csak attól függ, hogy ki él vele. Ami viszont lényeges, hogy viselkedésünk, elvárásunk, másokkal szembeni hatékony kommunikációnk, alkalmazkodó képességünk lényeges, ha vállalkozóként szeretnénk tevékenykedni.

Irodalom

BOGÁTH 2012 = Bogáth Á.: A vállalkozói attitűd jelentősége a vállalkozói szférában. *Óbudai Egyetem, Szervezési és Vezetési Intézet tanulmány*. Budapest, 2012, 1–3.

<http://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/23%20Bogath%20Agnes.pdf>
(2015.03.15. 14:46)

ERŐS – JOBBÁGY 2001 = Erős I. – Jobbágy M.: A Myers-Briggs Típus Indikátor (MBTI) Magyarországon. *Alkalmazott pszichológia*. Budapest, 2001, 1–4.

http://www.anima-racio.hu/pdf/MBTI_mo.pdf (2015.03.14. 18:09)

DSA 2014 = Közvetlen Értékesítők Szövetsége: *Az önfoglalkoztatás lehetne a magyar gazdaság húzóágazata*. A 2014 május 29-ei sajtótájékoztató háttéranyagaként kiadott sajtóközlemény.

<http://www.dsa.hu/hireink/> (2015.02.21. 14:10)

- KIRÁLY (É.N.) = Király Z.: *Statisztika II. Nemparaméteres eljárások*. Egyetemi jegyzet. Debrecen : Debreceni Egyetem, É.N.
http://psycho.unideb.hu/munkatarsak/hidegkuti_istvan/targyak/Kiraly_Zoltan_Statisztika_2_jegyzet_2.pdf (2015.02.25. 20:20)
- KIYOSAKI 2006 = Kiyosaki R. T.: *Üzleti iskola – A network marketing üzlet további nyolc rejtett értéke – a pénzkereseti lehetőségen felül*. Budapest, 2006, 31–33.
- KORONVÁRY 2005 = Koronváry P.: *Lélektantípusok – Alapismeretek. A vezető személyisége – vezetői személyiségelméletek* Budapest, 2005.
<http://lelektanitipusok.net/ismeretek/alapismeretek> (2015.02.20. 16:24)
- KRISTÁLY 1997 = Kristály M.: *Vállalkozás – Lélektan*. Budapest, 1997, 86–87.
- MAGYAR 2013= Magyar K.: *Életkerék – Elemzés*. Budapest, 2013.
- MAXWELL 2014 = Maxwell J. C.: Akinek vezetői ismeretei valóban aranyat érnek. *Az üzleti magazin MLM nem csak hálózatépítőknél* 5. évf. 1. negyedév (2014) 46–48.
- NAGYBÁNYAI – PONGOR – HADARICS 2014 = Nagybányai N. O. – Pongor O. – Hadarics M.: *DISC – A mindennapi kommunikáció és viselkedés titka*. Budapest, 2014.
- SAJTOS – MITEV 2007 = Sajtos L. – Mitev A.: *SPSS Kutatási és Adatelemzési Kézikönyv*. Budapest, 2007, 245–282.
- TIMMONS 2003 = Timmons J.: *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st century*. Irwin, Homewood, Illinois, 2003.

Relationship of personality types towards individual areas of the wheel of life, as well as a survey about entrepreneurial attitude

MARIANNA KISS – ARNOLD CSONKA – SZILÁRD BERKE – TIBOR BAREITH

In recent years, more and more we can read about how to develop our personality in order to make our daily life easier, or that an own invented idea brings our mood for entrepreneurship so that we start is purposefully. We can be nearly lost in the huge amount of information, as we can find a lot of knowledge/opinion about this topic in different articles, professional books, journals or even different lectures. There are widespread personality type systems, but we applied the internationally most commonly known system, that was developed by Isabel Briggs Myers based on the theory of Carl Gustav Jung, known as MBTI by most of the people. With the help of this we intended to get information in our environment, wider acquaintanceship, what their opinion is in this subject. To do this we have created an online questionnaire, which was filled in by 267 people, the responding was of course anonym, whereby we feel that we created the possibility for the deeper understanding of individual opinion. After the survey the data were summarized in a statistical program that helped us completing the analyses with using different statistical methods. Beside others we have examined how important role the individual areas of the wheel of life play in the life of the responding people, as well as what kind of entrepreneurial attitude they have. The received results refuted our expectations in several cases, however we could not only discover differences in terms of our expectations.